

Eunomia. Rivista semestrale di Storia e Politica Internazionali
Eunomia VI n.s. (2017), n. 2, 327-350
e-ISSN 2280-8949
DOI 10.1285/i22808949a6n2p327
<http://siba-esu.unisalento.it>, © 2017 Università del Salento

VERONICA DE SANCTIS

*La propaganda italiana in Gran Bretagna durante la prima guerra mondiale
tra nazionalismo e politica delle nazionalità (1917-1918)**

Abstract: *During the First World War, as the conflict degenerated into mass slaughter, belligerent governments were driven to manipulate domestic and foreign public opinion in order to maintain morale at home and to win allies abroad. The Italian Government lagged behind its Allies in the field of Propaganda, especially in developing instruments designed to project abroad its image. Italian propaganda addressing the home front and the war front has been extensively studied, but only a single study has been published about the Italian propaganda abroad. Drawing upon research in official Italian government's records — including new declassified material from the Historical-Diplomatic Archive of the Italian Ministry of Foreign Affairs — this paper describes the activity carried out in Great Britain by the Italian Foreign Action Bureau which had been established in the late 1917 by the Italian Government. In exploring contents, and techniques used by the bureau a strong commitment to depict Italy as a modern country emerges. The paper examines a wide variety of propaganda programs, focusing, in particular, on cultural propaganda including exhibits and editorial initiatives. This new approach to the study of the Italian propaganda details the first steps of what later would be called "cultural diplomacy". However, the main problems beyond the lack of economic resources were unclear guidelines concerning the most important political and diplomatic aims of Italy.*

Keywords: Propaganda; First World War; Great Britain; Anglo-Italian Relations.

1. I primi passi della propaganda in Gran Bretagna: gli incontri londinesi con i circoli jugoslavofili

Durante la Grande Guerra, com'è noto, la propaganda si impose per la prima volta in maniera massiccia come nuovo strumento di lotta. Le prime a prendere coscienza della mutata realtà furono Germania, Francia e Gran Bretagna, le quali già nel corso del primo anno del conflitto istituirono delle strutture incaricate di gestirne l'attività. Per l'Italia, invece, il problema si pose in maniera differente. L'iniziale indifferenza dei

* Il presente saggio prende spunto dalla tesi di dottorato di ricerca in Storia d'Europa organizzato da Sapienza Università di Roma (ciclo XXIX). La ricerca si è avvalsa del ritrovamento e riordinamento delle carte della serie "Uffici della Propaganda italiana all'estero 1916-1920" custodita presso l'Archivio storico diplomatico del ministero degli esteri e della cooperazione internazionale. Ringrazio il professore Italo Garzia, stimolante interlocutore e fonte di riflessioni nelle fasi finali di stesura del lavoro. Un sentito, particolare ringraziamento a Federica Onelli, per le preziose indicazioni e per i consigli forniti nella fase di ricerca e di analisi della documentazione.

l'Italia, invece, il problema si pose in maniera differente. L'iniziale indifferenza dei vertici governativi non consentì di andare oltre ad una sporadica opera di informazione. Nemmeno l'istituzione, nel novembre del 1916, di un ministero per la propaganda portò ad un miglioramento sensibile della questione. Furono però gli eventi che caratterizzarono il 1917, dalla dichiarazione di guerra statunitense agli Imperi centrali al crollo russo, fino a Caporetto, a produrre un significativo mutamento del quadro politico-diplomatico del conflitto, propiziando una svolta effettiva anche sotto il profilo dell'utilizzo della propaganda. Da questo momento, grazie anche alla maggiore sensibilità dimostrata dal nuovo presidente del consiglio, Vittorio Emanuele Orlando, maturò a livello governativo la consapevolezza di far comprendere le ragioni dell'Italia anche all'estero attraverso un'azione di propaganda ben strutturata. Al fine di coordinare il nuovo sforzo propagandistico, il 1° novembre 1917, Orlando istituì un sottosegretariato per la propaganda all'estero e per la stampa.¹ Terreno sensibile e punto di snodo di questa evoluzione, imperniata sull'attività del sottosegretariato, furono i paesi neutrali e le nazioni alleate dove si intendeva persuadere l'opinione pubblica della bontà delle rivendicazioni italiane. Tra queste, la Gran Bretagna rivestiva particolare rilievo, in quanto uno dei teatri in cui il dibattito ideologico sugli scopi della guerra stava divenendo sempre più effervescente, richiedendo all'Italia un confronto con simili nuove dinamiche.

In questo contesto, una vera e propria campagna propagandistica, che andasse oltre la pubblicazione di qualche notizia sull'andamento della guerra e di semplici rettifiche alle affermazioni false apparse sulla stampa locale, venne avviata progressivamente solo dopo l'estate del 1917. Prima di quel periodo, l'immagine dell'Italia aveva potuto contare principalmente sull'azione condotta da associazioni, presenti sul territorio inglese, dedite attivamente a un'opera patriottica finalizzata sia al sostegno morale della "colonia italiana" e alla diffusione dei precisi scopi della guerra, sia alla divulgazione della nostra lingua e all'esatta conoscenza del nostro paese. Si pensi all'azione svolta da

¹ Cfr. L. TOSI, *La propaganda italiana all'estero nella prima guerra mondiale: rivendicazioni territoriali e politica delle nazionalità*, Udine, Dal Bianco, 1977, pp. 152-156.

comitati di organizzazione civile, come il comitato “Pro-Italia”, costituito, nel giugno del 1915, su iniziativa di membri illustri della “colonia italiana” di Londra principalmente per assistere le famiglie dei richiamati italiani, attraverso l’organizzazione di eventi per la raccolta di fondi e di indumenti.² A questi si erano affiancate associazioni anglo-italiane di ogni tendenza e partito fra cui la British Italian League, sorta per «spiana[re] la via ad una più larga intesa fra i popoli latini e britannici», e la Society of the Friends of Italy. A livello istituzionale, vi erano la Camera di commercio italiana e la Dante Alighieri. Quest’ultima, con sedi a Londra, Glasgow e Cardiff, era da sempre attiva nel mantenere vivo il sentimento nazionale degli emigrati italiani e nella promozione e diffusione della lingua e cultura italiane. Nella capitale britannica era, inoltre, operativo un ufficio stampa (Italian Information Bureau). Il Bureau si era costituito grazie all’opera dei corrispondenti dei maggiori quotidiani italiani che, d’accordo con l’ambasciata, si erano occupati di divulgare il notiziario di guerra italiano e di provvedere a curare i rapporti con la stampa. Fu solamente nell’agosto del 1917 che si iniziò a riflettere sull’utilità di sviluppare forme serie diverse di propaganda. All’inizio di settembre giunse nella capitale britannica il colonnello e medico della Croce Rossa, dr. Filippo De Filippi, inviato dall’allora ministro della propaganda, Vittorio Scialoja, al fine di tenere, senza alcuna veste ufficiale, un ciclo di conferenze sull’Italia.³ Questa variegata attività mancò, tuttavia, di una linea ben precisa e una vera e propria azione propagandistica era stata trascurata quasi del tutto.

Furono gli eventi seguiti a Caporetto, non da ultime le conseguenze della diffusione del noto bollettino emanato da Cadorna il 28 ottobre 1917, a far comprendere la

² In proposito si veda *Relazione sull’opera svolta dal Comitato Pro Italia di Londra dall’11 giugno al 31 dicembre 1915*, Londra 1916, in ARCHIVIO STORICO DIPLOMATICO DEL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE, (d’ora in avanti, ASMAE), Ambasciata d’Italia a Londra 1861-1950 (d’ora in avanti, Ambasciata Londra 1861-1950), b. 432, f. 2.

³ Scialoja lasciò a De Filippi completa libertà tanto in riguardo all’argomento che alla scelta degli ambienti e del pubblico cui rivolgersi. Cfr. MINISTERO DELL’INTERNO. SOTTOSEGRETARIATO PER LA PROPAGANDA ALL’ESTERO E PER LA STAMPA, *La propaganda all’estero dal novembre 1917 al dicembre 1918*, cit., p. 37. Per un profilo biografico di Filippo De Filippi si veda F. SURDICH, *De Filippi, Filippo*, in *Dizionario Biografico degli Italiani* (d’ora in avanti, DBI), vol. 33, Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana, 1987, pp. 750-753.

necessità di dar vita ad una struttura adeguata che si occupasse di rinforzare l'immagine dell'Italia.⁴ Con l'istituzione del sottosegretariato per la propaganda all'estero e la stampa, alla cui direzione Orlando chiamò un suo fedelissimo, l'on. Romeo Adriano Gallenga Stuart, si avviò allora un cambio nella gestione, negli uomini, nelle strutture e nei contenuti della propaganda italiana all'estero, anche grazie all'emergere di una più chiara coscienza dell'importanza della stessa e della necessità di affermare un nuovo indirizzo politico, in maggiore sintonia con gli obiettivi di guerra degli alleati.⁵ Il presidente del consiglio intuì, difatti, come nelle circostanze in cui era venuta a trovarsi l'Italia dopo Caporetto e dopo la pubblicazione del patto di Londra ad opera dei sovietici sarebbe stato controproducente continuare a proclamare a gran voce il "sacro egoismo". Si dovevano perciò mettere in sordina i toni del nazionalismo intransigente e sostituirli con un linguaggio adeguato a presentare la guerra italiana come parte della più generale guerra dell'Intesa e ispirata ai proclamati scopi di libertà e di democrazia. Nella capitale britannica, difatti, le rivendicazioni italiane stavano divenendo sempre più confliggenti con le esigenze avanzate allora dalle nazionalità oppresse dell'Austria-Ungheria, i cui esuli stavano portando avanti una propria campagna propagandistica in favore dell'unità e dell'indipendenza degli slavi del sud. Le loro rivendicazioni avevano trovato l'appoggio del gruppo che faceva capo all'editore per l'estero del «Times», Henry Wickham Steed, e allo storico e pubblicista Robert William Seton-Watson, entrambi fautori, nell'ambito delle strutture di propaganda del governo inglese delle quali facevano parte, delle posizioni jugoslave.⁶

Una tale linea politica stava cominciando a trovare crescenti consensi anche in ambienti politico-intellettuali italiani. Di questi, l'abile campagna svolta dal direttore del «Corriere della Sera», Luigi Albertini, e dai suoi collaboratori, preoccupati per la crescente ostilità verso la guerra italiana presente nelle opinioni pubbliche occidentali,

⁴ Cfr. *Rapporto riservato personale, Mola a Gallenga*, 27 dicembre 1917, in ASMAE, Uffici della propaganda italiana all'estero 1916-1920 (d'ora in avanti, Propaganda), b. 20, f. 1, sf. 9.

⁵ Su Romeo Gallenga Stuart si veda L. TOSI, *Romeo A. Gallenga Stuart e la propaganda di guerra all'estero*, in «Storia contemporanea», II, 3, settembre 1971, pp. 519-542, e G. SIRCANA, *Gallenga Stuart, Romeo*, in DBI, vol. 51, 1998, pp. 541-543.

⁶ Cfr. H.W. STEED, *Trent'anni di storia europea, 1892-1922*, Milano, Edizioni di Comunità, 1962.

La propaganda italiana in Gran Bretagna durante la prima guerra mondiale

specie in quella americana,⁷ rappresenta una voce autorevole. In particolare, Gallenga fu uno dei principali interlocutori del dialogo tra i gruppi nazional-liberali e gli uomini del «Corriere della Sera» e il presidente del consiglio, che allora intravide in quella che, di lì a poco, avrebbe preso il nome di politica delle nazionalità, un utile strumento per una soluzione vittoriosa del conflitto, peraltro ben presto avversata dal ministro degli esteri Sonnino contrario ai nuovi indirizzi politico-culturali della propaganda.⁸

Questo nuovo corso era particolarmente sentito in Inghilterra, dove i responsabili della propaganda italiana, che si erano avvicinati alla politica delle nazionalità, erano scesi in campo per veicolare l'immagine dell'Italia presso l'opinione pubblica britannica e si erano impegnati a sviluppare una linea di politica estera alternativa a quella della consulta, strenuamente legata ai contenuti del patto di Londra. Nonostante le ritrosie di Sonnino, l'attenzione del mondo anglosassone alle richieste dei circoli jugoslavi aveva reso evidente l'urgenza di fare i conti con tali istanze, puntando a porsi alla guida delle nazionalità oppresse dell'Austria-Ungheria. Non a caso, i primi passi in favore di un accordo con gli jugoslavi e di un reale avvicinamento alla politica delle nazionalità vennero mossi, alla fine del 1917, proprio a Londra, sulla scorta dei rapporti che i propagandisti italiani avevano stabilito con il gruppo filo-jugoslavo di Steed.⁹

Iniziarono così una serie di contatti informali dai quali nacque l'idea di preparare uno schema di accordo non ufficiale su cui si sarebbero potute basare eventuali trattative ufficiali. L'obiettivo fu raggiunto, non senza difficoltà, durante gli incontri tenuti il 14 e il 18 dicembre 1917 presso l'abitazione del giornalista del «Times», ai quali parteciparono a titolo privato, oltre al gruppo jugoslavofilo inglese, gli esponenti

⁷ Sulla propaganda italiana negli Stati Uniti si veda il recente saggio di F. ONELLI, *La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)*, in «Eunomia. Rivista semestrale di Storia e Politica Internazionali», IV, 2, 2015, pp. 141-165. Sul ruolo di Albertini e del «Corriere della Sera» durante il conflitto si veda ora A. MORONI, *Il "Corriere della Sera" alla guerra*, in S. LUCCHINI - A. SANTAGATA a cura di, *Narrare il conflitto. Propaganda e cultura nella Grande Guerra*, Milano, Fondazione Corriere della Sera, 2015, pp. 77-143. Su Albertini e la politica delle nazionalità cfr. anche ID., *Vent'anni di vita politica*, parte II, *L'Italia nella guerra mondiale*, vol. III, Bologna, Zanichelli, 1953, p. 233 e ss., e ID., *Epistolario, 1911-1926*, vol. II, a cura di O. BARIÈ, Milano, Mondadori, 1968.

⁸ Cfr. I. GARZIA - L. TOSI, *Divergenze pericolose: propaganda e politica estera in Italia durante la Grande Guerra*, in «Storia e Diplomazia», IV, 1-2, 2016, p. 15.

⁹ Cfr. TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., p. 136.

del comitato jugoslavo di Londra, Ante Trumbić e Julije Gazzari, e gli uomini della propaganda italiana in Inghilterra: l'addetto militare presso l'ambasciata italiana generale Armando Mola, il giornalista del «Corriere della Sera» Guglielmo Emanuel e, solo alla seconda riunione, il colonnello Filippo De Filippi, capo dell'istituendo ufficio propaganda italiano a Londra, che diede la prima testimonianza del nuovo corso della propaganda che il neo costituito sottosegretariato intendeva seguire.¹⁰ Gli incontri, propedeutici all'accordo Torre-Trumbić (7 marzo) – preliminare importante per la convocazione del congresso delle nazionalità oppresse che si riunirà a Roma nell'aprile 1918 – si chiusero con una formula di compromesso tra la posizione ufficiale italiana, fissata nelle clausole del trattato di Londra, e quella jugoslava, espressa nella dichiarazione di Corfù.¹¹

La politica delle nazionalità stava cominciando allora a prendere forma ed ebbe una prima manifestazione ufficiale alla fine del gennaio del 1918, quando il presidente del consiglio, in visita a Londra, esprime la sua volontà di utilizzare tale indirizzo politico come strumento di propaganda, senza tuttavia abbandonare il patto di Londra, nella convinzione che allora fosse più utile all'Italia l'apertura verso gli jugoslavi e gli altri popoli oppressi che non l'oltranzismo sonniniiano.¹² In proposito è bene considerare come un importante elemento di stimolo all'adozione della politica delle nazionalità sia venuto anche dalle parole poco rassicuranti pronunciate dal primo ministro inglese, Lloyd George, il 5 gennaio 1918, davanti al congresso delle Trade Unions, a cui era seguita, l'8 gennaio, la celebre enunciazione dei “*Quattordici punti*” fatta dal presidente Wilson davanti al congresso: in entrambi i casi le rivendicazioni italiane non erano

¹⁰ Sintomo del nuovo corso fu la riorganizzazione e il potenziamento dell'azione degli agenti e delle strutture di propaganda operanti all'estero. Tra queste, furono create *ex novo* l'Italian Bureau of Public Information, negli Stati Uniti, e l'Italian Foreign Action Bureau, in Gran Bretagna, così denominati per evitare che si facesse esplicito riferimento al termine “propaganda”, associato all'invasiva azione propagandistica tedesca. Cfr. M.L. SANDERS - P.M. TAYLOR, *British Propaganda during the First World War, 1914-1918*, MacMillan, London-Basingstoke 1982, pp. 167-208.

¹¹ Cfr. STEED, *Trent'anni di storia europea*, cit., pp. 478-487; *Guglielmo Emanuel a Luigi Albertini*, 21 gennaio 1918, in ALBERTINI, *Epistolario*, cit., pp. 864-870, e il verbale dei colloqui redatto da Emanuel, *ibid.*, pp. 1054-1061. Sui colloqui stessi si vedano le osservazioni di L. VALIANI, *La dissoluzione dell'Austria-Ungheria*, Milano, Il Saggiatore, 1966, pp. 380-381.

¹² Cfr. TOSI, *La propaganda*, cit., p. 171 e ss.

La propaganda italiana in Gran Bretagna durante la prima guerra mondiale

sposate a pieno.¹³ I due interventi rappresentarono il culmine di quella politica di revisione degli obiettivi di guerra avviata dagli Stati Uniti d'America e dall'Intesa, attraverso il rilancio della “diplomazia aperta” e dell'obiettivo di una democratizzazione delle relazioni internazionali.¹⁴

Il cambio di quadro politico-diplomatico che si venne così a creare aveva reso ancora più palese la necessità di rimodulare le rivendicazioni italiane all'interno del sistema teorico nel quale Wilson delineava la guerra, che ben difficilmente si sarebbe potuto coniugare con la rigidità dell'approccio diplomatico sonnino, venendo così a creare un sistema di “politiche parallele” e aprendo la strada già sin da ora a quei contrasti che avrebbero caratterizzato l'ultimo anno di guerra. Tale contraddizione politica fu evidente anche all'interno del teatro britannico. Di particolare interesse in questo senso appare l'azione propagandistica dell'ufficio londinese, in cui operavano agenti fautori della politica delle nazionalità; circostanza che contribuì a porre la loro azione al centro delle più importanti iniziative di propaganda prese dall'Italia, non soltanto in campo politico, ma anche scientifico-culturale.

2. L'istituzione dell'Italian Foreign Action Bureau e le iniziative propagandistiche in campo intellettuale, artistico ed editoriale

In linea con il nuovo indirizzo del presidente del consiglio, si ultimò nelle stesse settimane la costituzione dell'ufficio di propaganda italiana a Londra, sottoposto alla direzione politica dell'ambasciatore Imperiali, a capo del quale fu posto il colonnello De Filippi.¹⁵ Nella concreta azione sul campo, l'Italian Foreign Action Bureau dovette

¹³ Cfr. K.J. CALDER, *Britain and the Origins of the New Europe 1914-1918*, Cambridge, Cambridge University Press, 1976, pp. 125-28. Cfr. anche al riguardo *Imperiali a Sonnino*, 11 gennaio 1918, in *Documenti Diplomatici Italiani*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, 1953- (d'ora in avanti, DDI), serie V, vol. X, d. 75.

¹⁴ Cfr. A. FRANGIONI, *Salvemini e la Grande Guerra: Interventismo democratico, wilsonismo, politica delle nazionalità*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2011, p. 160.

¹⁵ Sotto la guida di De Filippi, e seguendo le direttive politiche fornite dall'ambasciatore, il Bureau iniziò l'attività di propaganda, coordinando l'azione dei vari organi staccati già esistenti a Londra, eccezion fatta per l'Italian Information Bureau – che continuò a occuparsi dei rapporti con la stampa e della distribuzione del materiale illustrativo ai maggiori quotidiani e periodici inglesi – e per l'ufficio di propaganda del ministero della marina che conservò la propria autonomia in materia. Cfr. *Rapporto*

scontrarsi da subito con una serie di difficoltà, prima fra tutte quella riguardante la qualità del materiale propagandistico che giungeva a Londra. Questo non sempre risultò adatto al pubblico inglese, spesso vennero inviati volumi od opuscoli in lingua italiana e spagnola, e non di rado il materiale fotografico non giunse in buone condizioni o, peggio ancora, fuori tempo utile a favorirne un utilizzo efficace. Situazione cui si aggiungeva la mancanza di pubblicazioni recenti e l'invio di lavori di stampo nazionalista.¹⁶ Tutte lamentele che sarebbero ricorse fino all'ultimo periodo di attività del sottosegretariato diretto da Gallenga. Nonostante ciò, l'Italian Foreign Action Bureau, in collaborazione con l'Italian State Railways di Londra, distribuì un importante numero di pubblicazioni, in modo da farle pervenire alle persone e agli ambienti che presumibilmente vi avrebbero preso interesse.¹⁷ Nelle scuole e nelle università del regno vennero distribuite e popolarizzate le copie delle *Lettere di Enzo Valentini*, lettura «così riboccante di amore di patria e di affetti familiari», da essere considerata utile per creare «un ambiente di simpatie e di vivo interesse per l'Italia e le sante aspirazioni per le quali è scesa in guerra».¹⁸ In ambienti prevalentemente politici e governativi, invece, vennero diffusi i discorsi di importanti uomini politici italiani, come quelli del senatore Tittoni, tradotti in inglese con il titolo *Who was responsible for the war*.¹⁹ Furono, inoltre, divulgate una grande quantità di pubblicazioni di interesse generale e popolare, opuscoli illustrativi, fotografie e cartoline non solo in occasioni ufficiali, come conferenze ed esposizioni, ma anche periodicamente nei club, negli ospedali, nei teatri, e presso i ricoveri per soldati, seguendo in questo il modello di propaganda inglese.²⁰

Numerose furono anche le iniziative assunte in campo culturale per esaltare tra il pubblico inglese l'italianità in ogni sua componente – storica, artistica, linguistica –

[s.n.p.] *De Filippi a Gallenga*, 16 dicembre 1917, e *Lettera [s.n.p.]*, *De Filippi a Gallenga*, 14 gennaio 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1, sf. 2.

¹⁶ Cfr. ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1.

¹⁷ Cfr. *Relazione intorno all'opera svolta dall'Ufficio Italiano di Propaganda a Londra [s.n.p.]*, 23 dicembre 1918, allegata al *Rapporto [s.n.p.]*, *De Filippi a Imperiali*, 24 dicembre 1918, in ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 462, sf. 2.

¹⁸ *Rapporto n. 2534*, *Paterò a De Filippi*, 8 marzo 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 18, f. 2, ins. a.

¹⁹ Cfr. *Gallenga a De Filippi*, 13 gennaio, in ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1, sf. 2.

²⁰ Sui metodi della propaganda inglese cfr. SANDERS - TAYLOR, *British Propaganda*, cit., pp. 101-137.

La propaganda italiana in Gran Bretagna durante la prima guerra mondiale

come l'allestimento sia di mostre ed esposizioni, corredate da proiezioni cinematografiche, sia di *performance* teatrali e operazioni editoriali, finalizzate a diffondere la lingua e la cultura italiane, così da accrescere il prestigio dell'Italia e favorire le relazioni culturali e commerciali per il dopoguerra.²¹ La vicinanza ai popoli oppressi non fece dunque venire meno, nei temi della propaganda, l'esaltazione dell'immagine dell'Italia, anche con accenti e rappresentazioni di stampo patriottico, celebrativi della sua bellezza, ricchezza culturale, e modernità.

Nell'ambito delle diverse modalità operative assunte dal nuovo organismo, lo strumento più efficace, considerata anche la scarsità di materiale e la necessità di produrne di nuovo, fu la conferenza. Convinto dell'utilità di un'azione diretta, De Filippi continuò a dedicarsi personalmente all'organizzazione di incontri e convegni. Già dalle prime settimane del 1918 iniziò un vero e proprio *tour* presso le maggiori città del Regno Unito. Dal 13 al 23 fu a Leeds, Sheffield e Manchester dove, oltre ad esporre gli obiettivi della guerra italiana, dedicò particolare attenzione alle condizioni interne del nostro paese e ai bisogni imprescindibili ai quali gli alleati avrebbero dovuto provvedere perché l'Italia potesse continuare con la stessa energia nell'opera comune. Le conferenze ebbero grande partecipazione di pubblico, «fra 300 e 500 persone» appartenenti a tutte le classi della popolazione tanto che, nella breve relazione che scrisse al suo rientro, il colonnello si ritenne «soddisfattissimo delle accoglienze che vennero fatte ovunque».²² Fu poi il turno dell'Irlanda e della Scozia dove, all'Università di Edimburgo e alla Royal Scottish Geographical Society di Glasgow, illustrò i tesori dell'arte italiana, ricevendo «dappertutto [...] la più larga ospitalità e cortesia e [riscontrando] un vivissimo interesse negli eventi della guerra in Italia, nell'intenso lavoro compiuto dal nostro paese, e la più grande simpatia per le nostre aspirazioni e le nostre speranze».²³

²¹ Cfr. *Relazione intorno all'opera svolta dall'Ufficio Italiano di Propaganda a Londra*, 23 dicembre 1918, in ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 462, sf. 2.

²² *Rapporto [s.n.p.]*, De Filippi a Gallenga, 25 gennaio 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1, sf. 2.

²³ *Rapporto n. 842*, De Filippi a Gallenga, 28 aprile 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1, sf. 5.

A divulgare informazioni sulla guerra e sullo sforzo bellico dell'Italia, contribuirono anche varie personalità che, reduci dal fronte italiano, vollero condividere la propria esperienza con il pubblico inglese più largamente popolare. Fra questi, oltre alle crocerossine Helena Gleichen e Nina Hollings, vi fu il reverendo Hugh C. Wallace, che tenne una serie di incontri dal titolo *With the Italians on Three Battlefronts*.²⁴ Durante la sua azione propagandistica, il reverendo pose l'accento sulla totale assenza di informazione e consapevolezza riscontrata nel pubblico inglese circa il fattivo ed "eroico" sforzo compiuto dall'alleato italiano sul fronte di guerra: «È triste constatare che ci sia stato bisogno di Caporetto per risvegliare negli alleati dell'Italia il senso del valore dello sforzo che ha sostenuto, e della magnifica lotta che essa ha ingaggiata. Si può dire letteralmente che la nostra gente non s'è mai resa conto del fatto che sul vecchio fronte l'Italia stava combattendo sul suolo nemico, e quando qualche conferenziere lo dice, è manifesta la sorpresa del pubblico».²⁵

Gli incontri continuarono senza sosta fino alla chiusura dell'ufficio londinese avvenuta alla fine dell'anno, sempre cercando di affiancare alle tematiche prettamente militari, trattazioni volte a far conoscere il volto moderno dell'Italia, lo sforzo industriale che si stava compiendo per fare fronte al conflitto e gli sviluppi scientifico-culturali, atti ad evidenziare le potenzialità dei futuri sviluppi commerciali e scientifico-culturali.²⁶ Sotto quest'ultimo profilo, nell'ambito della mobilitazione scientifica tesa ad approfondire i rapporti intellettuali e a sviluppare una maggiore cooperazione tra i vari paesi dell'Intesa, notevole successo riscossero la conferenza inter-alleata di apparecchi di protesi e di metodi per la rieducazione dei mutilati e la visita della delegazione di professori universitari italiani, che avevano contribuito a mostrare al pubblico britannico il lato "moderno" dell'Italia.²⁷ Il Foreign Action Bureau collaborò

²⁴ Helena Gleichen e Nina Hollings prestarono servizio, con l'unità mobile di radiologia, sul fronte italiano dal dicembre 1915 all'ottobre 1917, dove si guadagnarono la medaglia valore. Cfr. ASMAE, Propaganda, b. 19, f. 1, sf. "Hollings e Gleichen".

²⁵ Cfr. ASMAE, Propaganda, b. 19, f. 1, sf. t.

²⁶ Sulle conferenze del mese di aprile nelle province britanniche cfr. ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1, sf. 4.

²⁷ La conferenza medica fu accompagnata da un'esposizione itinerante che, durante l'estate, raggiunse i maggiori centri del Regno Unito: Coventry, Birmingham, Edimburgo e Dublino. Cfr. *Relazione intorno* 336

all'iniziativa, promossa dalla British Italian League e dalla Royal Society of Literature, di una visita di un gruppo di studiosi italiani nelle principali università inglesi e scozzesi. La "missione universitaria italiana", composta da importanti accademici italiani, visitò, nel maggio del 1918, le storiche università di Oxford e Cambridge, e i centri del sapere più prevalentemente tecnico quali Manchester, Sheffield, Leeds, Edimburgo e Glasgow, con il duplice scopo di comprendere il funzionamento delle istituzioni britanniche di alta cultura e riflettere sui mezzi più efficaci per uno scambio intellettuale, tra i quali si sottolineò l'importanza della conoscenza reciproca degli idiomi dei due paesi: questione che avrebbe assunto una importanza centrale nell'attività dell'ufficio londinese, con particolare riferimento alla maggiori iniziative di propaganda editoriale.²⁸

Altre iniziative di rilievo, che impegnarono l'ufficio londinese per tutto il periodo in cui fu operativo, riguardarono l'organizzazione di varie mostre ed esposizioni. Oltre all'allestimento di una mostra permanente di fotografie di guerra presso i locali dell'Italian State Railways, dove veniva distribuito ai visitatori materiale propagandistico di ogni genere, il Bureau promosse anche diverse esposizioni. Su proposta della British-Italian League, le Mendoza Galleries di Londra ospitarono una mostra di beneficenza in cui vennero esposti i dipinti e i disegni dei fratelli Cascella, che avevano prestato servizio in Albania e in Trentino. Presso le stesse, fu allestita successivamente un'esposizione fotografica di guerra italiana, inaugurata in occasione dei festeggiamenti del 20 settembre. La mostra, ad ingresso libero, rimase aperta dal 20 al 27 settembre e fu omaggiata anche dalla visita dei sovrani e dei principi reali d'Inghilterra. L'esito fu a tal punto positivo – «[la mostra] fu vista da circa cinquemila persone in sette giorni» – che, in ottobre, l'esposizione venne trasportata alle Gallerie

all'opera svolta dall'Ufficio Italiano di Propaganda a Londra [senza numero di protocollo], De Filippi a Gallenga, 23 dicembre 1918, in ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 462, f. 2.

²⁸ Cfr. *Rapporto [senza numero di protocollo], del capitano G. Morpurgo a De Filippi, [12 giugno 1918], in ASMAE, Propaganda, b. 19, f. 2, sf. 1.*

Swain di Southsea, vicino Portsmouth, importante centro navale e militare, e infine esposta nella Public Art Gallery di Brighton.²⁹

Nell'ambito della propaganda artistica, l'ufficio di Londra appoggiò, inoltre, varie manifestazioni musicali e teatrali. Non tutte ebbero però un esito felice. Tra queste degna di nota, per gli imbarazzi creati, fu un'azione di propaganda teatrale che il sottosegretariato appoggiò solo in parte. A Londra si era formato, su impulso del cancelliere dell'ambasciata italiana, Ugo Catani, un comitato per promuovere rappresentazioni teatrali di commedie nazionali, in lingua italiana e tradotte in inglese, con lo scopo di fare conoscere l'arte drammatica italiana in Inghilterra. Grazie all'impegno di pochi volenterosi e di una compagnia amatoriale, venne messo in scena *Romanticismo* di Gerolamo Rovetta, dramma in quattro atti, efficace rievocazione del patriottismo e degli ideali del Risorgimento. La buona accoglienza ricevuta da stampa e pubblico alle prime rappresentazioni fece nascere la speranza di poter costituire una società per l'organizzazione permanente di rappresentazioni teatrali italiane a Londra e nelle provincie.³⁰

I membri del comitato promotore si incontrarono presso l'ufficio propaganda per discutere della questione con De Filippi e, tra gli altri, con Jacob Thomas Grein, uno dei più noti critici d'arte, organizzatore di spettacoli teatrali e funzionario della sezione di propaganda artistica del Ministry of Information, il ministero della propaganda inglese. Si decise di replicare ed organizzare una stagione teatrale in cui rappresentare, oltre a *Romanticismo*, la *Cena delle Beppe* e *Tignola* di Sem Benelli e il *Terzo marito* di Sabatino Lopez, sia in italiano che in inglese. Ad occuparsi della promozione e della realizzazione di drammi teatrali e concerti di musica da camera avrebbe dovuto essere la costituenda Italian Play Society, il cui progetto venne annunciato durante il ricevimento organizzato al Piccadilly Hotel, in onore degli artisti di *Romanticismo*.³¹ Tuttavia,

²⁹ Cfr. ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 462, sf. 2.

³⁰ Per una raccolta di articoli della stampa inglese su *Romanticismo*, cfr. ASMAE, Propaganda, b. 20, f. 1, sf. 7, ins. b.

³¹ Dati gli esigui fondi a disposizione, e per avere maggiori garanzie di una reale esecuzione, il sottosegretariato non erogò un sussidio mensile, ma concesse un contributo di 500 sterline da ripartire nel

La propaganda italiana in Gran Bretagna durante la prima guerra mondiale

raccolte le prime sottoscrizioni, tra le quali figurava anche il contributo del sottosegretariato, De Filippi non ebbe più alcuna comunicazione con i membri della neo costituita società, fino a quando non venne a conoscenza delle condizioni critiche in cui questa versava, «coinvolta in imbarazzi finanziari difficilmente sanabili».³²

Nel frattempo difatti, nonostante lo scarso successo riportato dalle successive *performance*, i promotori dell'iniziativa si erano impegnati in una onerosa locazione dell'Ambassadors Theatre per i mesi di giugno, luglio e agosto; obblighi finanziari per i quali non vi erano fondi a disposizione, in quanto la cifra erogata dal sottosegretariato non sarebbe stata sufficiente a coprire tutte le spese di affitto, di viaggio degli artisti e di traduzione delle opere in inglese. L'assenza di fondi e il rifiuto di Gallenga di concedere ulteriori finanziamenti ad ogni modo non impedì alla produzione di iniziare l'8 giugno, senza però ottenere il successo sperato.³³

Contrario alla messa in scena dell'opera per l'intera stagione fu anche lo scrittore inglese e collaboratore dell'ufficio di propaganda, Edward Hutton, secondo il quale: «As propaganda for the English it is very porro [*sic!*] stuff indeed»; l'opera non era entusiasmante: «[Only] words, words, words. There is no love story and really nothing that is able to move an audience that is not Italian, that is to say, an audience which comes to the theatre without a preconceived prejudice and strong and emotional case against Austria». Secondo Hutton, il dramma, anche se tradotto, non sarebbe stato in grado di toccare nel profondo il pubblico inglese, anzi, il richiamo alla repressione del governo austriaco creava un parallelismo con la situazione irlandese. Oltre a motivi strettamente politici – continuava Hutton – il dramma italiano aveva suscitato un senso di tristezza nel pubblico inglese, «che ama melodrammi, ma con lieto fine». Per tale

periodo di un anno. Inizialmente furono versate alla società 150 sterline. Cfr. *Lettera n. 948, De Filippi a Gallenga*, 21 maggio 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 20, f. 1, sf. 7, ins. b.

³² *Riservata n. 127, De Filippi a Gallenga*, 11 luglio 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 20, f. 1, sf. 7, ins. b.

³³ Imperiali ricevette un resoconto della questione da Franklin Whelen, locatario dell'Ambassadors Theatre. Cfr. *Franklin Whelen a Imperiali*, 24 giugno 1918, in ASMAE, Archivi di personalità, Guglielmo Imperiali 1904-1922, b. 2, ins. "Romanticismo".

motivo, aveva sconsigliato di fornire ulteriori finanziamenti in quanto riteneva che «the play seems likely to be a hopeless failure here».³⁴

La questione si fece sempre più urgente e scottante, dal momento in cui vide coinvolti alti funzionari dell'ambasciata come il principe Livio Borghese e il generale Mola, cosa che creò gravi imbarazzi all'ambasciatore Imperiali. Sebbene in principio l'idea fosse stata quella di rendere gli spettacoli indipendenti dalle autorità italiane, per non creare un legame con l'attività di propaganda, l'impegno profuso da parte dei membri dell'ambasciata aveva esposto inevitabilmente le autorità diplomatiche. Borghese contrasse un prestito personale al fine di saldare il debito con l'Ambassadors Theatre. Il generale Mola, invece, cercò di coinvolgere i funzionari di propaganda inglese per assicurare una maggiore pubblicità agli spettacoli in programma. Tutto ciò, inevitabilmente generò degli imbarazzi, divenendo la situazione «oggetto di commenti infiniti nella colonia ed anche in ambienti inglesi, [...] dannosi agli interessi italiani».³⁵ Nel chiarire la situazione all'ambasciatore, i vari funzionari proposero ciascuno una versione differente, nel tentativo di evitare una diretta responsabilità.³⁶ Si aprì così un braccio di ferro tra Imperiali, convinto che per il decoro dell'ambasciata il sottosegretariato avrebbe dovuto elargire l'intera somma, e Gallenga, il quale, sottolineando l'estraneità dell'ufficio londinese agli errori commessi dai funzionari dell'ambasciata, si era rifiutato di concedere ulteriori somme. La questione giunse fino al tavolo del presidente del consiglio, che accolse la posizione del sottosegretario per la propaganda, lasciando l'onere di appianare il debito al ministero degli esteri.³⁷

³⁴ *Hutton a De Filippi*, 17 giugno 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 20, f. 1, sf. 7, ins. b. In occasione delle rappresentazioni furono distribuite cartoline raffiguranti “Battisti sulla via del martirio” fra i soldati austriaci. Cfr. ASMAE, Propaganda, b. 18, f. 2, sf. 3, ins. n.

³⁵ *Riservata n. 127, De Filippi a Gallenga*, 11 luglio 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 20, f. 1, sf. 7, ins. b.

³⁶ Da quanto Imperiali appuntò nel suo diario, si evince come egli li ritenesse i principali responsabili della vicenda: «[...] Grandi noie e fastidii per questa benedetta questione del *Romanticismo*. Ho dovuto telegrafare a lungo, per chiedere che il governo si accolli la passività della gestione, dovuta alla imprudente iniziativa di Borghese e Mola». E. CAMPOCHIARO - P. FANTAUZZI - E. LANTERO - A. SCURTI, a cura di, *Guglielmo Imperiali. Diario, 1915-1919*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2006, p. 556.

³⁷ Cfr. *Telegramma riservato alla persona n. 1923, Orlando a [Imperiali]*, 15 luglio 1918, in ASMAE, Archivi di personalità, Guglielmo Imperiali 1904-1922, b. 2, ins. “Romanticismo”; *Telegramma gab. 2256/19, Sonnino a [Imperiali]*, 21 luglio 1918, in ASMAE, Archivi di personalità, Guglielmo Imperiali 1904-1922, b. 2, ins. “Romanticismo”.

Più feconde ed efficaci furono le iniziative intraprese nel campo editoriale, tra le quali il progetto che ebbe maggiore esito, non solo per la continuità, quanto per i risultati ottenuti, fu la «Anglo-Italian Review». Promotore e direttore del periodico fu lo scrittore inglese, e noto autore di letteratura di viaggio sull'Italia, Edward Hutton, il quale aveva collaborato con l'ufficio propaganda sin dalla sua istituzione. La rivista, proprio per il fine che si prefiggeva, non doveva essere un organo ufficiale di propaganda italiana; al contrario, gli articoli in essa raccolti avrebbero dovuto essere opera di esperti italiani e inglesi e non dei funzionari dell'ufficio propaganda.³⁸

Pubblicata in fascicoli mensili (il primo numero uscì nel maggio 1918), e intonata alla cultura generale più che a un indirizzo politico propagandista, la «Anglo-Italian Review» diede uguale spazio ad argomenti inglesi e italiani, dedicando particolare attenzione al problema dei rapporti intellettuali tra Italia e Inghilterra. Gli articoli riguardarono un ampio ventaglio di tematiche: dagli argomenti politici a quelli economici e culturali. In particolare, il periodico diede grande sostegno alla questione della conoscenza reciproca della lingua come condizione essenziale per lo sviluppo di solide relazioni culturali e commerciali fra i due paesi. Hutton stesso scrisse e pubblicò una serie di contributi, il primo dei quali, dal titolo *The Italian Language*, considerava come negli ultimi cinquant'anni, in Inghilterra, la cultura italiana si fosse gradualmente perduta.³⁹ In palese dissenso rispetto alla perdita d'influenza culturale subita dall'idioma italiano nel mondo anglosassone nel corso degli ultimi decenni, lo scrittore inglese sottolineava «the great educational value» della lingua e letteratura italiane, la cui bellezza e nobiltà ne facevano un idioma adatto ad essere inserito nel sistema scolastico britannico: «The study of Italian teaches not only accuracy of form but accuracy of thought, and indeed if ever Latin were to be generally dropped from our system of education [...] the only language which could replace it, [...] from the standpoint of

³⁸ Cfr. *Memorandum di Hutton allegato alla lettera [s.n.p.] di De Filippi a Gallenga*, 16 febbraio 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 21, f. 1, sf. 3.

³⁹ Cfr. [EDWARD HUTTON], *The Italian Language*, in «The Anglo-Italian Review», I, 4, August 1918, pp. 290-295, p. 290.

educational value, would be Italian».⁴⁰ Non solo, alla conoscenza dell'italiano veniva associato anche un vantaggio a fini economici e commerciali: «A knowledge of Italian is also for understanding the Italy of to-day. [...] Modern Italy is a young, vigorous and growing nation; if we are to understand her and to business with her, if we are to sell her our goods and to buy hers, we must know something of her language. For commercial purposes it is of the utmost importance that Italian should be studied in England, as important as that English should be studied in Italy. But here the Italian already has the advantage, for there are probably fifty or even a hundred Italians who can speak English for every Englishman who can speak Italian».⁴¹

Prospettando buone possibilità di commercio per il dopoguerra, l'Inghilterra non poteva non avere «an army of commercial travelers who speak Italian to travel the peninsula».⁴² Facendo seguito a tali premesse, Hutton si spinse a proporre l'insegnamento dell'italiano non solo nelle università, ma anche nelle scuole. La questione fu ripresa nel successivo contributo, *The Study of Italian*, in cui lo scrittore britannico aveva sostenuto l'opportunità di insegnare l'italiano come seconda lingua dopo il francese o almeno al pari delle altre lingue straniere.⁴³

In quel momento, infatti, nelle università inglesi non esisteva alcuna “*professorship*” di italiano, ma solo una “*lectureship*”. L'unica cattedra di tutto il Regno Unito era quella dello University College di Londra, e Hutton non lo riteneva sufficiente: «[This] is only the beginning». L'auspicio era quello di vedere le più antiche e importanti università del paese, Oxford e Cambridge, seguire l'esempio di Londra. Nell'istituzione di una cattedra, l'autore individuava una «educative force in the promotion of the cultural alliance and understanding between Great Britain and Italy. Diffusion of the knowledge of the language is the means; comprehension of the soul of the nation is the end».⁴⁴ Ciò avrebbe consentito agli studenti di conoscere «not only [...] the literary and

⁴⁰ *Ibid.*, p. 292.

⁴¹ *Ibid.*, p. 294.

⁴² *Ibid.*

⁴³ Cfr. [EDWARD HUTTON], *The Study of Italian*, in «The Anglo-Italian Review», I, 5, September 1918, pp. 2-9.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 8.

artistic triumphs of the Italian genius in the past, but to study the life and spirit of Italy to-day, that wonderful progress in every sphere of activity which has justly gained for modern Italy the admiration of the civilised world».⁴⁵

I contributi di Hutton, e l'impegno profuso nel propagandare l'importanza dello studio della lingua italiana, ebbero un esito importante che venne reso noto nel numero di novembre. In un articolo dal titolo *A Noble Gift*, la rivista pubblicò la lettera inviata, il 27 settembre [1918], da Arthur Serena, noto *shipbroker* e figlio del patriota veneziano Leone Serena, al direttore del periodico. Serena annunciava di voler donare una somma per finanziare una cattedra di italiano presso l'Università di Oxford. Che l'idea di Serena nascesse dall'impegno della rivista non vi erano dubbi: «Dear Mr. Hutton, – I have been reading with great interest your article in The Anglo-Italian Review in “The Italian Language” and “The Study of Italian” and as a result I wish to make the following proposal to you. It is my great desire to see a Chair of Italian and a Department of Italian studies founded at each of our two great Universities – Oxford and Cambridge – and in order to bring this about I am ready to hand you a chèque for £ 20,000 (twenty thousand pounds) to be divided between the two Universities for this purpose. Would you be good enough to make this proposal on my behalf to the University authorities, and to ascertain whether these gifts would be acceptable?».⁴⁶

Al gesto di Serena seguì l'impegno di Hutton presso le università in questione che, espresso il loro cordiale apprezzamento alla generosità di Serena, avevano approvato l'istituzione di cattedre di italiano.⁴⁷ Serena donò in seguito anche 5.000 sterline, per lo stesso scopo, alle Università di Manchester e Birmingham e offrì alla British Academy 500 sterline per la istituzione di una medaglia d'oro annuale per la migliore pubblicazione inglese sulla storia, cultura o arte italiana.⁴⁸ I risultati ottenuti grazie

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ [EDWARD HUTTON], *A Noble Gift*, in «The Anglo-Italian Review», I, 7, November 1918, pp. 194-198, p. 194.

⁴⁷ Cfr. *Riservata n. 1982, De Filippi a Gallenga*, 15 novembre 1918, in ASMAE, b. 21, f. 1, “Gran Bretagna. De Filippi. Italian Foreign Affairs Bureau”, sf. 12.

⁴⁸ Cfr. *Relazione intorno all'opera svolta dall'Ufficio Italiano di Propaganda a Londra*, 23 dicembre 1918, cit., in ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 462, sf. 2.

all'azione di propaganda editoriale furono dunque di notevole rilievo sotto il profilo dei rapporti intellettuali tra i due paesi, e avrebbero potuto essere forieri di futuri sviluppi.

3. *Tra propaganda e diplomazia: contrasti e consueguenze sull'immagine dell'Italia all'estero*

I successi ottenuti complessivamente attraverso l'ampio ventaglio di iniziative esperite nel campo della propaganda furono però offuscati dalla costante ambiguità del governo italiano nei confronti della politica delle nazionalità. Dall'8 al 10 aprile si era svolto a Roma il congresso delle nazionalità oppresse dell'Austria-Ungheria, a chiusura del quale venne affermato, con il patto di Roma, il diritto dei popoli italiano, jugoslavo, polacco, ceco e rumeno alla libertà, all'indipendenza e all'unità sulla base di quei principi di nazionalità di cui la monarchia danubiana era la massima negazione. Veniva così solennemente riconfermato quanto già enunciato nell'accordo Torre-Trumbić, mentre nessuna decisione fu presa in merito alla scottante questione delle controversie territoriali, rappresentando il congresso solo un'efficace arma propagandistica.⁴⁹ Tuttavia, l'entusiasmo dimostrato all'assise di Roma di aprile, cui avevano partecipato personalità politiche rappresentative di tutti gli orientamenti presenti nel sistema partitico italiano, non diede seguito a passi concreti in tal senso. La situazione divenne sempre più difficile e particolare rilievo politico assunse la seconda conferenza inter-alleata di propaganda, che si tenne, dal 14 al 17 agosto 1918, a Londra, sotto gli auspici del Department of Enemy Propaganda – meglio noto come Crew House – diretto da lord Northcliffe. Promossa per fare il punto dell'azione di propaganda verso il nemico e

⁴⁹ Per il testo completo del patto di Roma si veda G. AMENDOLA, *Il Patto di Roma e "la polemica"*, in *Il Patto di Roma, e "la polemica"*, in G. AMENDOLA - G.A. BORGESE - U. OJETTI - A. TORRE, *Il Patto di Roma*, La Voce, Firenze 1919, pp. 20-21. Sul congresso, cfr. VALIANI, *La dissoluzione dell'Austria-Ungheria*, cit., pp. 393-396; R. VIVARELLI, *Il dopoguerra in Italia e l'avvento del fascismo (1918-1922)*, Napoli, Istituto italiano per gli studi storici, 1967, pp.157-175; R. DE FELICE, *Mussolini il rivoluzionario 1883-1920*, Torino, Einaudi, 1995 (prima ed. 1965), pp. 381-385. F. LEONCINI, a cura di, *Il Patto di Roma e la Legione Ceco-Slovacca. Tra Grande Guerra e Nuova Europa*, Vittorio Veneto (Treviso), Kellermann Editore, 2014. In quei giorni si erano inoltre tenuti dei colloqui tra varie personalità della politica e della cultura italiana, tra cui spiccava il nome di Salvemini, con Trumbić; negoziati risolti in un fallimento, stante l'indisponibilità mostrata dal leader jugoslavo a scendere ad un compromesso concreto con gli italiani. I verbali dei colloqui sono pubblicati in *Gaetano Salvemini. Carteggio 1914-1920*, a cura di E. TAGLIACCOZZO, vol. II, Roma-Bari, Laterza, 1984, pp. 563-570.

aggiornare tecniche e contenuti in vista dello sforzo finale, la conferenza veniva a cadere in un momento in cui il trionfo dell'idea di nazionalità aveva cominciato a delinearsi più nettamente. Francia, Gran Bretagna e Stati Uniti moltiplicarono manifestazioni di simpatia nei confronti dell'unità e dell'indipendenza dei popoli oppressi.⁵⁰ L'Italia, viceversa, pur essendosi posta, attraverso l'organizzazione del congresso di Roma, alla testa del movimento delle nazionalità oppresse dell'Austria-Ungheria, a differenza degli altri membri dell'Intesa, aveva continuato a tenere una condotta incerta. Inoltre, i contrasti politici tra la presidenza del consiglio e il ministero degli esteri avevano reso sempre più palese, agli occhi degli alleati, l'ambiguità della politica italiana, richiedendo una chiara presa di posizione sulla questione.

Sin dall'apertura dei lavori, la politica italiana venne messa alla berlina, in virtù di una serie di pressioni rivolte a far assumere a Roma la responsabilità di una dichiarazione in favore dell'indipendenza e dell'unità jugoslava. A rappresentare il sottosegretariato nella commissione politica, venne inviato l'uomo che più di tutti impersonava il nuovo corso della propaganda italiana, il professore Giuseppe Antonio Borgese.⁵¹ Preso nella difficile opera di bilanciamento politico, per dare prova delle tendenze favorevoli alle nazionalità, Borgese si pose in difesa del patto di Londra, sostenendo l'impossibilità di rinunciarvi, data l'assenza di un'autorità jugoslava capace di negoziare, e riuscì – nel contempo – ad allentare le pressioni sull'Italia facendo in modo che nella risoluzione finale si suggerisse al governo italiano di prendere l'iniziativa di «promuovere una comune e simultanea dichiarazione pubblica, secondo la quale tutti gli alleati considerano la fondazione di un libero stato jugoslavo,

⁵⁰ Sull'atteggiamento del governo francese, cfr. DDI, serie V, vol. XI, d. 50, *Bonin a Sonnino*, 29 giugno 1918, e d. 160, *Bonin a Sonnino*, 30 giugno 1918. Sulla dichiarazione britannica, cfr. DDI, serie V, vol. XI, d. 382, *Imperiali a Sonnino*, 12 agosto 1918.

⁵¹ Il professore, collaboratore del «Corriere della Sera» e direttore dell'ufficio di propaganda italiana di Berna, completò la delegazione con la collaborazione dei funzionari del Foreign Action Bureau, dell'Information Bureau e dell'ambasciata, i quali presero parte alle commissioni tecniche. Cfr. TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., p. 204 e ss. Per i rapporti ufficiali delle varie commissioni tecniche cfr. ARCHIVIO CENTRALE DELLO STATO, *Carte Orlando*, b. 69, fasc. 1580. Su Borgese, cfr. E. GHIDETTI, *Borgese, Giuseppe Antonio*, in DBI, vol. 12, 1970, pp. 574-579.

comprendente i serbi, croati e sloveni, come una delle condizioni di una giusta e durevole pace del regno del diritto in Europa».⁵²

Tale concessione, del resto, veniva equilibrata sia dall'accento posto sulla necessità dei leader jugoslavi di moderare la loro propaganda unitaria, sia dall'inserimento, nel documento finale, anche delle aspirazioni italiane accanto alle francesi. Simili ingerenze nella politica estere del paese non risultarono tuttavia gradite a Sonnino, che nel frattempo stava già favorendo l'azione propagandistica di nazionalisti e irredenti, tornati alla carica nelle capitali alleate con accenti marcatamente annessionistici. Attraverso la "Dante Alighieri", l'Associazione politica degli irredenti e la "Trento e Trieste", gli uomini di Sonnino avevano suscitato non poca irritazione, in particolare a Londra, a causa della loro azione in netto contrasto con quella del sottosegretariato.⁵³

Informato da Imperiali circa i risultati dell'incontro londinese, Sonnino sostenne l'opportunità di conseguire un maggiore coordinamento dei servizi diplomatico e di propaganda, ponendo «tutto il nostro servizio della propaganda all'estero alla diretta ed immediata dipendenza del ministero degli Affari Esteri».⁵⁴ Sebbene anche il presidente del consiglio, sempre più preoccupato dalle richieste dei nazionalisti jugoslavi e dalle crescenti simpatie che il loro movimento incontrava presso i paesi alleati, stesse anch'egli procedendo ad un riavvicinamento verso i circoli irredentisti e nazionalisti, non ritenne ancora giunto il momento per una chiara presa di posizione. Anche durante il consiglio dei ministri del 7-8 settembre 1918, nel corso del quale fu approvata una dichiarazione in favore di una Jugoslavia unita e indipendente, era prevalsa, ancora una volta, la linea politica di Orlando su quella di Sonnino. Assente ogni riferimento al patto di Londra, la dichiarazione secondo cui: «Il governo italiano considera il movimento dei popoli jugoslavi per la conquista dell'indipendenza e per la loro costituzione in libero stato come risponente ai principii per cui l'Intesa combatte, nonché ai fini di una pace

⁵² GARZIA-TOSI, *Divergenze pericolose*, cit., p. 28.

⁵³ Cfr. TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., pp. 194-98, e R. MONTELEONE, *La politica dei fuorusciti irredenti nella Guerra Mondiale*, Udine, Del Bianco, 1972, pp. 18-93. Sull'azione della "Dante Alighieri" si veda B. PISA, *Nazione e politica nella società "Dante Alighieri"*, Roma, Bonacci, 1995.

⁵⁴ *Sonnino a Orlando*, 4 settembre 1918, in DDI, serie V, vol. XI, d. 478.

La propaganda italiana in Gran Bretagna durante la prima guerra mondiale

giusta e durevole»,⁵⁵ risultò volutamente vaga e inconsistente. Al contrario, approssimandosi la fine del conflitto, Francia, Gran Bretagna e Stati Uniti assunsero un atteggiamento sempre più coerente nei confronti delle nazionalità oppresse, guardando con preoccupazione le posizioni italiane. Il definitivo abbandono della politica delle nazionalità si palesò solo in seguito al miglioramento della situazione militare. Di conseguenza, anche la propaganda italiana assunse altri accenti, decisamente più vicini a quelli del ministero degli esteri, difensore intransigente del patto di Londra. L'immagine dell'Italia, così come la politica estera del governo italiano furono profondamente intaccate da tale ripensamento, che tornò a conferire alle relazioni con gli alleati un tenore altamente problematico.⁵⁶

Nei due mesi che precedettero l'epilogo vittorioso della guerra, infatti, l'Italia si ritrovò nuovamente ad essere bersaglio di critiche e polemiche che aumentarono in seguito alla fine delle ostilità. Alla persistente ambiguità della condotta italiana nei confronti delle nazionalità oppresse, si aggiunse la prolungata inazione militare sul fronte italiano che aveva reso estremamente difficile sostenere l'immagine del paese e portare avanti una propaganda efficace presso un'opinione pubblica «non favorevolmente impressionata specialmente in relazione ai successi militari giornalmente attribuiti a questo o quello Alleato dal vedere costantemente omessa ogni menzione a forze italiane».⁵⁷ In proposito, gli agenti di propaganda a Londra scrivevano di come «una delle cose che più contribuiscono a svalORIZZARE la nostra guerra all'Estero sono i lunghi periodi di quasi completa inazione al nostro fronte che fa dire agli stranieri che il nostro [...] fronte è quello dei 'pic-nics' per eccellenza».⁵⁸

⁵⁵ S. SONNINO, *Diario 1916-1922*, a cura di P. PASTORELLI, vol. III, Bari, Laterza, 1972, p. 298; cfr. anche *Sonnino a Bonin, Macchi di Cellere e Borgese*, 13 settembre 1918, in DDI, serie V, vol. XI, d. 507.

⁵⁶ Non era certo il solo motivo di polemica fra l'Italia e i suoi alleati: approssimandosi la pace riaffioravano vecchi e nuovi motivi di contrasto e le antiche solidarietà venivano meno. L'antagonismo dell'Italia con i suoi alleati, infatti, sia per quanto riguarda l'Adriatico che per l'Asia Minore, non era nato con la guerra né finiva con essa. Le conclusioni della conferenza della pace di Parigi avrebbero svelato che i contrasti tra gli alleati erano stati tutt'altro che occasionali. Cfr. L. RICCARDI, *Alleati non amici, Le relazioni politiche tra l'Italia e l'Intesa durante la prima guerra mondiale*, Brescia, Morcelliana, 1992, pp. 600-614.

⁵⁷ *Telegramma, Mola a Imperiali*, 10 ottobre 1918, in ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 443, f. 1.

⁵⁸ *Lettera [s.n.p.], Chiesi a Gallenga*, 5 settembre 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 18, f. 2, sf. 3, ins. n.

L'inizio dell'offensiva italiana (il 24 ottobre), che avrebbe portato a Vittorio Veneto, non modificò la situazione, tanto che Imperiali, tornando sull'argomento, riferì: «Non è tuttavia da nascondersi che qui andiamo indubitabilmente perdendo terreno», in favore delle pretese jugoslave.⁵⁹ L'Italia giunse così alla firma dell'armistizio con l'Austria in un quadro internazionale tutt'altro che favorevole. Con l'abbandono definitivo della politica delle nazionalità da parte di Orlando e il suo riallineamento alle vedute di Sonnino, e con le proteste che seguirono l'occupazione italiana dei territori slavi, le critiche verso le aspirazioni adriatiche dell'Italia si fecero sempre più aspre.⁶⁰ Il presidente del consiglio giustificò il suo mutato atteggiamento con la necessità di far fronte all'intransigenza e alla mancanza di spirito di conciliazione manifestate in misura crescente dagli jugoslavi. Intanto, presso i responsabili dei vari stati e presso le opinioni pubbliche internazionali si accreditava sempre più la convinzione che Orlando avesse adottato la politica delle nazionalità «come espediente di guerra salvo abbandonarla in momento di buona fortuna».⁶¹

La svolta politica adottata da Orlando ebbe poi prevedibili e immediati riflessi sull'organo di propaganda. A Londra, le prime avvisaglie si ebbero quando, a fine ottobre, De Filippi si scontrò con l'intransigenza di Imperiali in merito alle discussioni sugli scopi di guerra degli alleati tenutesi a Crew House. Infatti, sulla scorta dei risultati della seconda conferenza interalleata di propaganda, i funzionari del dipartimento inglese avevano elaborato un *memorandum* contenente quelle che lord Northcliffe riteneva dovessero essere le condizioni di pace. A De Filippi fu vietato di entrare in una simile discussione non solo da Imperiali (su indicazione di Sonnino), ma dallo stesso Gallenga, che aveva disapprovato totalmente il *memorandum* adducendo motivazioni

⁵⁹ Anche un quotidiano come l'«Observer», che aveva sempre mostrato un atteggiamento molto favorevole alla causa italiana, criticò la politica italiana. Non mancarono poi violenti articoli da parte della rivista di Steed, «The New Europe», oramai apertamente schieratasi contro la politica italiana. Cfr. *Riservata [s.n.p.]*, *Imperiali a Gallenga*, 28 ottobre 1918, in ASMAE, Ambasciata Londra 1861-1950, b. 462, f. 2.

⁶⁰ Cfr. *Telegramma n. 2931, De Filippi al gabinetto del ministro dell'Interno Orlando*, 16 novembre 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 20, f. 1.

⁶¹ TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., p. 216.

sino ad allora estranee alla politica del sottosegretariato.⁶² Sulla scorta di quanto già comunicato da Sonnino all'ambasciatore italiano, Gallenga affermò che i diritti dell'Italia non sembravano sufficientemente tutelati e aggiunse la necessità di attenersi scrupolosamente al patto di Londra. Da queste premesse, il passo per una riorganizzazione di tutto l'apparato propagandistico in senso anti jugoslavo fu breve. I responsabili italiani tornarono così ad avvalersi dei servizi di nazionalisti ed irredenti che fino ad allora si era cercato di tenere lontani dall'azione del sottosegretariato. Gli uffici dovettero pertanto reimpostare l'azione di comunicazione sulla difesa ad oltranza delle rivendicazioni adriatiche.⁶³

Da Roma non si tardò così a provvedere alla smobilitazione dei servizi di propaganda facenti capo al sottosegretariato.⁶⁴ Alla fine di novembre questo fu sciolto e con esso terminava anche l'attività della propaganda italiana in Gran Bretagna portata avanti dal Foreign Action Bureau.⁶⁵ Guardando al complesso dell'operato dell'ufficio di propaganda italiano a Londra, non si può fare a meno di rilevare come questo abbia avuto il merito di essere il maggiore sostenitore, sin dal principio, di un'azione diretta a promuovere il nuovo corso della propaganda italiana all'estero nel segno della politica delle nazionalità. Come si è illustrato, molto fu poi l'impegno profuso nel campo della propaganda scientifico-culturale. Tuttavia, sebbene vi fossero stati alcuni importanti risultati legati a tale azione – come l'istituzione di cattedre di lingua italiana a Oxford, Cambridge e Manchester – l'inadeguatezza di mezzi materiali e finanziari e l'esigua presenza di personale messi a disposizione dal sottosegretariato avevano limitato l'operato dell'ufficio. Nonostante ciò, il Foreign Action Bureau continuò, anche a ridosso della chiusura, a portare avanti questioni riconducibili ad un'opera di promozione culturale, piuttosto che di propaganda. Sembra difatti possibile far risalire a

⁶² Cfr. *Sonnino a Imperiali*, 12 novembre 1918, in DDI, serie VI, vol. I, d. 124.

⁶³ Cfr. TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., p. 216.

⁶⁴ Cfr. *Verbale della seduta del Consiglio di Propaganda*, 30 novembre 1918, in ASMAE, Propaganda, b. 6, f. 7.

⁶⁵ Il controllo politico ed operativo della propaganda venne rimesso nella sua interezza al ministero degli esteri, che istituì un nuovo ufficio assegnandone la direzione al segretario generale, ambasciatore Giacomo De Martino. Cfr. ASMAE, Propaganda, pos. 1, b. 24, f. 2, sf. "Riordinamento Ufficio di Propaganda".

questo periodo le prime riflessioni tese ad approntare una nuova e più incisiva azione di penetrazione culturale, prodromi di una diplomazia culturale che verrà tuttavia sviluppata in un altro momento storico.⁶⁶

Nonostante l'impegno profuso a Londra il bilancio finale non risulta essere positivo. Il fallimento della propaganda è riconducibile sia alla difficoltà di Roma di trasmettere l'immagine di un paese coeso, e di far apparire le sue rivendicazioni coniugabili con lo schema diplomatico e ideologico degli alleati, sia a livello strettamente propagandistico. L'azione dell'ufficio londinese pare, difatti, non avere tradotto nell'azione propagandistica le istanze della politica delle nazionalità. Questi concentrarono la loro attività nell'esaltazione dell'italianità in ogni suo aspetto a discapito della politica delle nazionalità. Quest'ultima, che non poca parte aveva avuto nella decisione di Wilson di recare aiuto all'Italia, avrebbe dovuto essere perseguita con maggiore convinzione, mentre la propaganda italiana mostrò agli alleati che la causa dell'Italia non era, in fondo, quella dei popoli oppressi. A livello politico-diplomatico, difatti, il contrasto esploso durante la conferenza della pace e il mancato appoggio alle rivendicazioni italiane da parte della Gran Bretagna ne fu naturale conseguenza.

⁶⁶ La promozione della cultura italiana all'estero verrà ripresa e perseguita con un impegno maggiore dal fascismo, che progressivamente prenderà il completo controllo delle iniziative culturali all'estero, alle quali si affiancherà una intensa attività propagandistica. Cfr. L. MEDICI, *Dalla propaganda alla cooperazione: la diplomazia culturale italiana nel secondo dopoguerra (1944-1950)*, Padova, CEDAM, 2009, pp. 8-13.